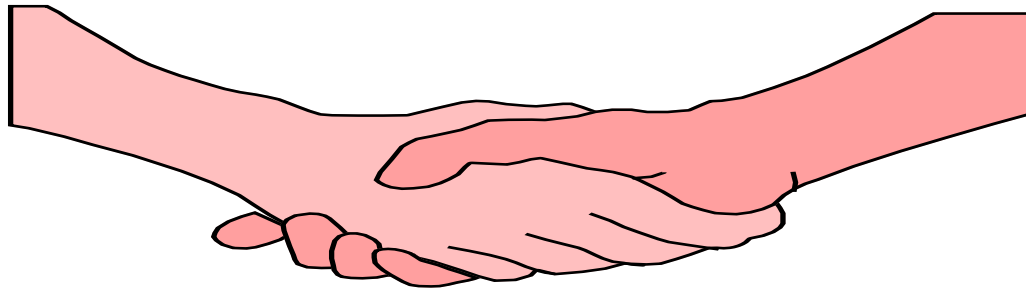


*CONVEGNO AIDEA 1999*  
*"Le relazioni tra aziende  
nella dinamica competitiva"*

*Imprese relazionali in contesti relazionali:  
capitale sociale e capitale  
relazionale in Calabria*

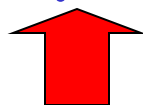


Gaetano M.Golinelli, Università di Roma "La Sapienza"  
Vincenzo Sanguigni, Università del Molise  
Michele Costabile, Università della Calabria  
Andrea Lanza, Università della Calabria

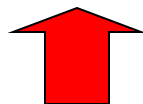
Parma, 28 - 29-30 ottobre 1999

- valore delle reti di imprese e dei contesti in cui e' "immersa" l'impresa
- studio delle forme organizzative dei contesti  
**CLUSTER**

• vantaggio competitivo Impresa



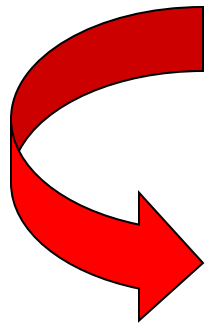
capitale relazionale dell'impresa



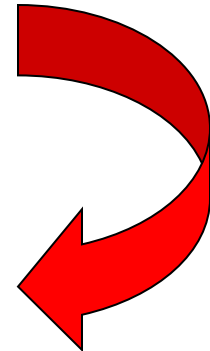
capitale sociale del contesto

PMI

qualita' ed intensita' delle relazioni  
tra imprese e  
tra imprese ed istituzioni locali



competitivita' del contesto



- Il network di relazioni puo' essere misurato in termini di **capitale sociale di contesto**

# La ricerca POP/CUEIM Calabria

## Ipotesi

- la capacità relazionale di una impresa è influenzata dalla relazionalità del contesto (dal capitale sociale del contesto).
- Le imprese localizzate in aree a forte ritardo di sviluppo soffrono di un deficit di capitale sociale del contesto

# La ricerca POP/CUEIM Calabria

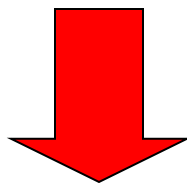
## Obiettivo

verificare empiricamente se vi sono e quali sono i differenziali di relazionalità  
(capitale sociale di contesto)  
delle imprese che operano in cluster di successo  
(distretti italiani di successo) rispetto ad  
imprese operanti in contesti "sfavorevoli"  
(proto-distretti Regione Calabria)

# La ricerca POP/CUEIM Calabria

## Tesi

significativo differenziale di **capitale sociale di contesto**  
tra i distretti di successo ed i proto- distretti calabresi

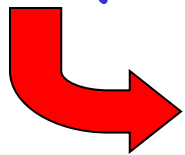


definire e misurare il costrutto  
**capitale sociale di contesto**

## Capitale sociale del contesto

Costrutto multidimensionale --> puo' essere definito analizzando lo stato delle relazioni sia da un punto di vista "comportamentale" che "cognitivo-percettivo".

*1) dimensione comportamentale  
(comportamento relazionale)*



*accordi e comportamenti collaborativi  
tra imprese dello stesso contesto*

## Capitale sociale del contesto

2) *dimensione cognitivo - percettiva*  
*(atteggiamento relazionale)*



*percezione delle imprese riguardo:*

- *affidabilità*
  - *competenza*
  - *equità*
  - *convergenza di finalità*
- verso**
- *enti pubblici locali (politici ed amministrativi)*
  - *stakeholders istituzionali*
  - *altre imprese*
  - *dipendenti*



## L'indagine sul campo

- *102 imprese operanti in clusters localizzati in una regione in ritardo di sviluppo (Calabria - imprese di tipo 1)*
- *96 imprese operanti in distretti italiani di successo (imprese di tipo 2)*

*(le imprese di tipo 2 sono state selezionate con produzioni assimilabili a quelle dei proto - cluster individuati in Calabria)*

## Gli attori del contesto locale con i quali viene sviluppata "relazionalità"

### *Istituzioni Pubbliche e Private*

Assessorati ed Enti Regionali

Assessorati Provinciali

Assessorati Comunali

Camere di Commercio

Associazione Industriali

(o altre associazioni di categoria)

Banche o altri Istituti Finanzi

Associazioni Sindacali

Università e centri di ricerca

### *Altre Imprese*

Fornitori di Impianti

Fornitori di Macchinari

Fornitori di Materie Prime

Fornitori Servizi alla Produzione

Intermediari commerciali

Fornitori di servizi Reali

(consulenza, formazione)

**Criteri e pesi per la selezione delle imprese "tipo 1"  
che appartengono a un cluster non ancora  
configurantesi come distretto**

<i>Distintività/tipicità</i>	<i>17,50</i>
<i>Notorietà (prodotto-impresa-area)</i>	<i>16,25</i>
<i>Concentrazione geografica</i>	<i>18,75</i>
<i>Relazionalità (strutture comuni o ad elevata interdipendenza e "specializzazione")</i>	<i>26,25</i>
<i>Ampiezza e articolazione degli "spin off"</i>	<i><u>21,25</u></i>
	<i>100</i>

## Le imprese "tipo 1" - Calabria (contesto sfavorevole) suddivise per cluster

	Frequenza	Percentuale
Bergamotto	6	5.9
Cedro	6	5.9
Cipolla	9	8.8
Clementine	6	5.9
Fichi	3	2.9
Gelati	8	7.8
Serv. Turistici	14	13.7
Legno	11	10.8
Liquirizia	3	2.9
Olio	7	6.9
Salumi	6	5.9
Tonno	3	2.9
Torrioni	8	7.8
Vino	8	7.8
Floro-vivaistica	4	3.9
<b>Totale</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>

## Le imprese "tipo 2" intervistate nei distretti italiani di successo

	Frequenza	Percentuale
Agrumi	12	12.5
Serv. Turistici	19	19.8
Dolciario	4	4.2
Legno	11	11.5
Mele	4	4.2
Olio	8	8.3
Pesce	9	9.4
Salumi	6	6.3
Vino	14	14.6
Vivaistica	9	9.4
<u>Totale</u>	<u>96</u>	<u>100.0</u>

*Oggetto della rilevazione*  
*(definizione del **capitale sociale** del contesto)*

**Comportamenti relazionali**

- Accordi
- Consorzi
- Alleanze
- Joint Ventures

**Atteggiamenti relazionali**

- Affidabilità
- Competenza
- Equità -Trasparenza
- Convergenza di finalità

## Comportamenti "relazionali" delle imprese rilevati con riferimento all'ultimo decennio

<i>Iniziativa "relazionale"</i>	<i>Imprese di Tipo 1 (N=102)</i>	<i>Imprese di Tipo 2 (N=96)</i>
Consorzi di Produzione	23 (22%)	26 (27%)
Consorzi di Ricerca	7 (6%)	8 (8%)
Cooperative di Produzione (beni e servizi)	13 (12%)	15 (16%)
Cooperative artigianali	0	9 (9%)
Consorzi Export	8 (7%)	8 (8%)
Alleanze per l'ingresso in nuovi mercati	20 (19%)	6 (8%)
Alleanze per la distribuzione	16 (15%)	13 (14%)
Joint venture	4 (3%)	11 (11%)
Accordi commerciali	27 (26%)	27 (28%)

# L'atteggiamento relazionale verso le altre imprese

*(scala 1 = bassa; 7 = elevata)*

Fornitori	Affidabilità			Competenza			Equità-trasparenza		
	Tipo 1	Tipo 2	Sig.	Tipo 1	Tipo 2	Sig.	Tipo 1	Tipo 2	Sig.
<b>Impianti</b>	3,51 (1,63)	5,32 (1,42)	0,000	3,92 (1,59)	5,44 (1,50)	0,000	3,81 (1,44)	5,32 (1,27)	0,000
<b>Macchinari</b>	3,57 (1,58)	5,31 (1,43)	0,000	4,00 (1,61)	5,54 (1,48)	0,000	4,06 (1,61)	5,36 (1,27)	0,000
<b>Materie Prime</b>	4,65 (1,51)	5,41 (1,26)	0,002	4,74 (1,50)	5,67 (1,19)	0,000	4,80 (1,30)	5,42 (1,24)	0,005
<b>Servizi alla produzione</b>	4,56 (1,49)	5,35 (1,27)	0,001	4,45 (1,46)	5,46 (1,25)	0,000	4,64 (1,28)	5,36 (1,09)	0,001
<b>Servizi alla distribuzione</b>	4,44 (1,37)	5,25 (1,30)	0,001	4,54 (1,41)	5,21 (1,32)	0,005	4,58 (1,25)	5,07 (1,25)	0,023
<b>Servizi reali</b>	4,47 (1,45)	5,41 (1,25)	0,000	4,61 (1,37)	5,41 (1,34)	0,001	4,49 (1,31)	5,25 (1,34)	0,002



## Considerazioni finali

1. I cluster di imprese meno sviluppate sono localizzati in contesti a bassa dotazione di capitale sociale

2. La competitività di queste imprese potrebbe dipendere dalla dotazione di capitale sociale del contesto

## Considerazioni finali (segue)

3. Importante ruolo delle "meta organizzazioni" (BIC) quali generatori di relazionalità



capitale sociale  
del contesto

4. Futuri approfondimenti --> sviluppare modelli per identificare connessioni causali tra:

- la dotazione di capitale sociale del contesto
- lo stato delle relazioni tra imprese appartenenti a cluster localizzati nel medesimo contesto
- la competitività dei cluster